Baños de Agua Santa y el mito del pueblo mágico: La inserción de la figura del duende como construcción simbólica contemporánea (2013–presente)

Objetivo general:

Demostrar que la asociación actual de Baños con una supuesta “tradición de duendes” no tiene un sustento en leyendas verídicamente locales ni en una narrativa ancestral, sino que fue una construcción artística iniciada en 2013 por Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti con La Casa del Duende, y que fue luego apropiada por actores turísticos y marketineros. También se señalará que Baños nunca recibió el distintivo oficial de “Pueblo Mágico”, y que ese rótulo es parte de un relato comercial sin base patrimonial seria.

Introducción: El relato turístico de Baños y el concepto de “pueblo mágico”

En la última década, Baños de Agua Santa —una ciudad enclavada en la región andina del Ecuador— ha sido presentada al visitante como un “pueblo mágico”, rebosante de mitos, leyendas y seres fantásticos. Esta etiqueta, sin embargo, no responde a un reconocimiento oficial ni a una tradición consolidada en la memoria colectiva local, sino a una estrategia discursiva construida desde el marketing turístico. La noción de “pueblo mágico” en Baños no surge de una política cultural estructurada, ni de un patrimonio simbólico verificado, sino de una apropiación libre —y muchas veces oportunista— del imaginario esotérico y feérico, con fines comerciales.

La expresión **“Pueblo Mágico”** tiene su origen formal en un programa estatal creado por el gobierno de México en 2001, con el objetivo de fomentar el turismo en pequeñas localidades con historia, cultura viva y patrimonio tangible o intangible reconocido. Este modelo ha sido replicado de forma informal en diversos países de América Latina, aunque **Ecuador no cuenta con un programa oficial de Pueblos Mágicos avalado por el Estado ni por la UNESCO**. Pese a ello, la frase se ha popularizado en folletos, redes sociales, sitios de reserva y blogs de viajes, creando una narrativa atractiva para el turista sin sustento institucional ni memoria viva que la respalde.

En este contexto, **la figura del duende** —convertida hoy en uno de los símbolos más visibles del turismo en Baños— **no tiene raíces documentadas en la tradición oral local anterior a 2013**, ni forma parte de las leyendas reconocidas de la región. Su presencia masiva, en tiendas, esculturas, rutas temáticas y nombres de emprendimientos, es el resultado de una construcción artística reciente. El fenómeno comenzó con la llegada del artista argentino **Fito Girolami y la escultora chilena Catalina Lucz-Ligeti**, quienes

fundaron *La Casa del Duende* en el año 2013. Desde entonces, la ciudad experimentó una transformación simbólica paulatina, en la que esta figura invisible, tradicionalmente asociada a culturas europeas o indígenas específicas, fue resignificada y ocupó un lugar central en el imaginario visual y turístico de Baños.

No obstante, esta creación artística, que en sus orígenes tenía una carga simbólica profunda y una propuesta estética coherente, **fue pronto vaciada de sentido, descontextualizada y reproducida por actores turísticos que vieron en ella un elemento vendible**. El resultado ha sido una proliferación de duendes sin alma ni autoría, colocados como decoración sin relato, ofrecidos como amuletos sin historia, y promocionados como si fueran parte de una “leyenda ancestral” que nadie en Baños recuerda ni puede contar con precisión.

El presente trabajo busca **documentar y visibilizar esta transformación simbólica**, y demostrar que la actual asociación de Baños con el mundo de los duendes **no es una herencia ancestral**, sino **una construcción artística específica, nacida en un momento determinado y a partir de una propuesta estética concreta**. Se señalará, además, cómo esta creación original fue progresivamente apropiada por discursos turísticos sin rigor, y cómo el relato de “pueblo mágico” se sustenta más en el deseo de atraer visitantes que en un verdadero tejido cultural local.

El vacío simbólico de Baños: ausencia de leyendas locales reconocidas

La afirmación frecuente de que Baños de Agua Santa es un territorio de “leyendas ancestrales” resuena en folletos turísticos, páginas web de agencias y discursos institucionales de promoción. Sin embargo, una revisión detallada de las fuentes orales, bibliográficas y culturales vinculadas a la región revela una ausencia notable de relatos simbólicos locales que sustenten dicha afirmación.

A diferencia de otras regiones del Ecuador —como Loja, con su tradición sobre la Virgen del Cisne y relatos de apariciones; o la Amazonía, donde los shuar y achuar transmiten historias de tséntsak (dardos mágicos) y shapish (espíritus de los muertos)— Baños no posee un corpus consolidado de leyendas reconocidas a nivel nacional. Incluso en recopilaciones como *Leyendas del Ecuador* de Pablo Palacio, *Cuentos y leyendas del Ecuador* de Víctor Manuel Rendón, o los archivos del *Instituto Nacional de Patrimonio Cultural*, el nombre de Baños no aparece como centro mítico o fuente destacada de mitologías populares.

Este vacío no es en sí un defecto cultural, sino un dato revelador: Baños, históricamente, ha sido más un territorio de tránsito, de turismo termal, de paso hacia la Amazonía, que un epicentro simbólico. Su prestigio ha girado alrededor de la **devoción mariana** a la Virgen del Rosario de Agua Santa y de sus aguas termales, pero **no de una tradición oral mística consolidada**. Aún hoy, si se entrevista a docentes, guías turísticos locales o residentes

antiguos, cuesta encontrar narraciones verídicas sobre duendes, espíritus o personajes mitológicos autóctonos que hayan sido transmitidos de generación en generación.

La paradoja aparece cuando el discurso turístico contemporáneo insiste en que Baños es "tierra de magia, mitos y leyendas", sin que nadie pueda precisar qué leyendas, quién las contaba o dónde se recogieron. Es habitual encontrar sitios web afirmando que "en Baños los duendes habitan desde tiempos ancestrales", sin citar fuentes, fechas, ni testimonios. Este tipo de afirmaciones se han convertido en **una retórica sin raíz**, una ficción repetida hasta transformarse en verdad aceptada, pero nunca validada.

Este vacío simbólico preexistente es, justamente, **el terreno fértil en el que germinó la creación simbólica de La Casa del Duende**. Su aparición no se injerta sobre una mitología previa, sino que inaugura una narrativa nueva. En vez de repetir leyendas heredadas, esta propuesta vino a **inventar un relato con forma, estética y sentido propio**. Como en todo territorio que carece de un mito fundacional, Baños fue el escenario ideal para que una construcción artística auténtica pasara a ser interpretada como "ancestral" en el lapso de pocos años, confundiendo la invención simbólica con una supuesta tradición preexistente.

Esta confusión —muchas veces deliberada— es uno de los mecanismos más frecuentes del marketing turístico posmoderno: **insertar símbolos nuevos y luego narrarlos como si fueran antiguos**. Así, lo creado en el presente desde el arte es vaciado de su autoría y se transforma en un producto vendible con apariencia de herencia cultural. La idea de que Baños "siempre fue tierra de duendes" es, por tanto, **una narrativa falsa**, instalada en un terreno simbólicamente virgen, donde lo nuevo fue rápidamente disfrazado de ancestral.

La llegada de los duendes en 2013: el inicio de un nuevo relato simbólico

Fue en el año 2013 cuando una nueva figura simbólica comenzó a emerger en Baños de Agua Santa, no como rescate de una tradición olvidada, sino como una propuesta artística viva: **La Casa del Duende**. La llegada de **Fito Girolami**, artista argentino, y **Catalina Lucz-Ligeti**, escultora chilena, marcó un antes y un después en la estética y narrativa de la ciudad. Instalados inicialmente en un pequeño local del centro, ofrecían esculturas hechas a mano que no respondían a modas, souvenir ni supersticiones comerciales, sino a **una visión propia sobre lo invisible, lo simbólico y lo poético**.

Sus creaciones, lejos de reproducir estereotipos, proponían una estética que **habitaba el umbral entre arte, mitología y filosofía**. No se trataba de "duendecillos" de feria, sino de presencias esculpidas que invitaban a repensar lo mágico como una dimensión sensible de lo cotidiano. La propuesta fue tan genuina como disruptiva: no había nada parecido en Baños. Hasta entonces, **nadie hablaba de duendes** en la ciudad, ni en el turismo, ni en la calle, ni en las narrativas locales.

Lo que Girolami y Lucz-Ligeti trajeron fue más que figuras: fue una **atmósfera, una narrativa estética, una posibilidad simbólica**. A través de sus creaciones y del espacio

que habilitaron, pusieron en circulación una pregunta: ¿y si los duendes no fueran simplemente personajes infantiles, sino metáforas del alma de los lugares? ¿Y si los espacios también tuvieran presencias que habitan en lo invisible? ¿Y si el arte pudiera ser un modo de convocar esas presencias?

El impacto fue inmediato. A medida que visitantes nacionales y extranjeros comenzaban a hablar de “los duendes de Baños”, se instalaba, sin saberlo, **una nueva semilla en el imaginario colectivo**. No era una tradición rescatada, sino una construcción simbólica contemporánea que apelaba a una **necesidad espiritual no dicha**. Frente al vértigo del turismo extremo, los duendes ofrecían algo que no podía comprarse fácilmente: una experiencia poética, silenciosa, artesanal. Una pausa. Un susurro.

Ese primer gesto artístico fue el que **plantó la figura del duende como símbolo de Baños**. Todo lo que vino después —las imitaciones, las distorsiones, los locales que copiaron el concepto sin citar origen— se fundamentó sobre esta **gestación original de sentido**. Desde entonces, una multitud de espacios comenzaron a incorporar figuras similares, nombres alusivos o relatos inventados de duendes ancestrales, tergiversando completamente el origen de la propuesta.

Sin embargo, el rastro documental es claro. Prensa local como *La Hora*, registros visuales en redes sociales desde 2013, entrevistas con los autores, y testimonios de visitantes de aquellos primeros años permiten confirmar que **antes de La Casa del Duende no existía ninguna propuesta visual, artística ni simbólica basada en duendes en Baños**. Ni en ferias, ni en agencias, ni en escuelas, ni en fiestas populares. Es decir, **la figura del duende como emblema turístico-cultural es una creación artística con fecha, lugar y autoría específica**.

Negar esta autoría, como lo hacen hoy muchos emprendimientos turísticos, no solo es un acto de deshonestidad intelectual, sino una forma de **despojo simbólico**. Se toma un símbolo con alma y se lo convierte en decoración sin historia. Se reemplaza la experiencia por el espectáculo, el relato por el eslogan, el arte por la réplica.

Pero el origen no puede borrarse. En el fondo del relato turístico de Baños, debajo del barniz del marketing, **habita una verdad que resiste**: los duendes llegaron con nombre, con rostro, con barro y con alma. Y aunque los hayan multiplicado sin sentido, su verdadero origen sigue latiendo en la obra de quienes los trajeron con respeto, con escucha, y con intención.

La expansión del símbolo y su apropiación comercial

El crecimiento del turismo en Baños de Agua Santa durante la última década trajo consigo una expansión acelerada de símbolos, productos y experiencias diseñadas para el visitante. En ese contexto, la figura del duende, nacida desde una propuesta artística concreta en 2013, **fue absorbida progresivamente por el aparato comercial del turismo local**, generando una multiplicación de representaciones vacías que rompieron su vínculo con el origen simbólico y estético que las gestó.

A medida que La Casa del Duende ganaba notoriedad entre quienes buscaban una experiencia sensible y diferente, comenzaron a aparecer copias, reinterpretaciones y adaptaciones superficiales del concepto en tiendas, hostales, emprendimientos familiares y espacios de entretenimiento. Lo que en un principio era una obra de autoría clara —basada en el barro, la escultura, el relato y la sensibilidad— pasó a ser utilizado como decoración genérica, amuleto supersticioso o simple gancho visual.

Entre los casos más visibles se encuentra el emprendimiento conocido como **“El Bosque Encantado”**, que incorporó duendes y hadas a su ambientación comercial sin citar fuente ni contexto artístico. Este espacio, junto a otros locales similares, comenzó a apropiarse no solo del imaginario visual, sino también de **imágenes directamente tomadas de La Casa del Duende y La Aldea Mágica**, utilizándolas en sus fichas de Google Maps, redes sociales y plataformas turísticas como si les pertenecieran. Esta práctica no es solo una infracción ética o visual: **es un mecanismo de invisibilización simbólica**, donde lo auténtico es usado para atraer, pero se omite su origen.

En varios casos se observan **esculturas o fotografías pertenecientes a Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti** incluidas en publicaciones de otros negocios, sin mencionar autoría ni procedencia. Así, el turista es inducido al error, creyendo que visita el lugar de origen cuando en realidad se encuentra frente a una copia sin contenido simbólico, sin relato, sin alma.

Esta apropiación no solo afecta la autoría artística, sino que **distorsiona completamente el sentido original del símbolo**. Los duendes ofrecidos como "activados", "bendecidos", "curados" o "mágicos" por supuestos guías o chamanes en ferias y mercados turísticos de Ecuador y otros países son **una tergiversación directa del concepto original**, que nunca prometió poderes ni rituales, sino una relación simbólica, reflexiva y estética con lo invisible. Lo que era una metáfora fue convertido en mercancía espiritual.

El vaciamiento no termina en la figura del duende: también se ha comenzado a **reproducir el lenguaje y el diseño estético de La Casa del Duende y La Aldea Mágica**, como si se tratara de un estilo libremente replicable. Esta lógica, similar a la de la piratería de marcas, funciona en un terreno más delicado: **el del arte simbólico**, donde el plagio no es solo visual, sino espiritual. El gesto original de “dar forma a lo invisible” se banaliza cuando se repite sin consciencia, sin trabajo, sin vínculo.

La expansión del símbolo no ha sido entonces una evolución natural, sino una colonización turística del imaginario. Lo que fue sembrado con sentido ha sido recolectado sin permiso por quienes solo ven en ello un negocio. Y en ese proceso, **la historia ha sido borrada, los nombres han sido silenciados y la propuesta transformada en espectáculo**.

Pero toda apropiación tiene un límite: la memoria. Documentar este proceso no es un acto de nostalgia ni una demanda legalista. Es un **gesto de defensa simbólica**. Es volver a escribir lo que fue borrado. Es señalar que el arte no es una decoración, sino una relación con lo invisible. Que los duendes no nacieron por azar en Baños, ni surgieron de una supuesta leyenda, sino que **llegaron con rostro, manos y huella. Y tienen historia. Tienen autor. Y tienen alma.**

Reflexión crítica: lo simbólico como patrimonio y el rol del arte

En un mundo saturado de imágenes, slogans y objetos reproducibles, el arte simbólico se vuelve un gesto de resistencia. Aquello que nace con intención, con escucha, con vínculo interior, no puede —ni debe— medirse con las mismas reglas que rigen la lógica del mercado. Los símbolos no se producen en serie: **se revelan, se trabajan, se encarnan**. Por eso, cuando un símbolo es vaciado de sentido y transformado en producto, no solo se comete una falta estética, sino también **una forma de despojo cultural**.

El caso de los duendes en Baños de Agua Santa no es una anécdota menor. Es un ejemplo claro de cómo el arte, cuando no se defiende, puede ser devorado por la maquinaria del consumo turístico. Y también de cómo **el patrimonio puede nacer en el presente**, no necesariamente como una herencia del pasado, sino como una creación contemporánea con valor simbólico profundo. Lo que Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti sembraron en 2013 no fue una marca ni una atracción: fue una propuesta de vínculo con lo invisible, con lo poético, con el alma de los lugares.

En sociedades que no reconocen el valor de lo simbólico si no viene respaldado por una institución, un museo o una declaratoria estatal, el arte independiente y vivo queda a menudo sin defensa. Sin embargo, **hay patrimonio que no tiene certificado, pero sí tiene raíz**. Hay legado sin acta, pero con historia. Hay creación que no está en el inventario del Estado, pero sí en la memoria de quienes vivieron la experiencia original. Reconocer eso es **reconocer otra forma de verdad**.

La Casa del Duende fue, y sigue siendo, un espacio donde lo simbólico se esculpe, se conversa, se entrega. No se ofrece como fórmula, ni como promesa esotérica, sino como invitación a mirar con otros ojos. Frente al vértigo de las repeticiones vacías, ese gesto artístico mantiene algo que no puede comprarse ni copiarse: **la autenticidad**. Y eso, en tiempos de duplicaciones, es revolucionario.

Por eso, este ensayo no busca solamente dejar constancia de una autoría, sino abrir una pregunta más amplia:
¿cuál es el rol del arte en la construcción simbólica de los territorios?
¿Quién narra el alma de un lugar? ¿El que llega con una cámara y un folleto, o el que escucha, se vincula y crea desde el silencio?

El arte, cuando nace de la verdad interior, puede generar mitologías nuevas. Y cuando lo hace con respeto, esas mitologías no reemplazan al pasado, sino que **lo amplían**. Pero cuando esas creaciones son arrebatadas, copiadas y vendidas como si fueran ancestrales, se cae en una forma de violencia silenciosa: **la de borrar la historia viva y poner en su lugar una postal sin alma**.

Reivindicar el origen de la figura del duende en Baños no es un acto de ego ni de reclamo económico: es una forma de decir que **el símbolo tiene peso, que la obra tiene alma, y que el arte —cuando es verdadero— merece memoria, no repetición vacía.**

Conclusión: Memoria cultural y ética del relato turístico

En tiempos donde el turismo global convierte cada rincón del planeta en potencial mercancía, la batalla por el relato se vuelve inevitable. No se trata solo de atraer visitantes, sino de **decidir qué historia se cuenta, quién la cuenta, y con qué responsabilidad se lo hace**. En ese escenario, Baños de Agua Santa ha sido víctima y cómplice de una construcción simbólica sin raíces, donde la figura del duende fue tomada de una obra artística viva y transformada en estereotipo de catálogo.

Este ensayo ha demostrado que **la asociación de Baños con los duendes no responde a una leyenda ancestral ni a un mito local, sino a una creación contemporánea con autoría clara: Fito Girolami y Catalina Lucz-Ligeti**, quienes desde 2013 sembraron en esta ciudad un universo simbólico auténtico, sensible y profundamente estético. Su propuesta no fue parte de una estrategia de marketing, sino el resultado de una búsqueda espiritual y artística, que encontró en la figura del duende una metáfora viva del vínculo entre arte, territorio e invisibilidad.

Frente a ello, la respuesta del entorno fue doble: **por un lado, la acogida genuina de cientos de miles de visitantes que se sintieron tocados por la experiencia**; por otro, **la apropiación oportunista de actores turísticos que vaciaron el símbolo de sentido y lo utilizaron como decoración sin alma**, multiplicando imágenes, relatos inventados y falsas genealogías culturales. Lo que era creación se convirtió en producto. Lo que era alma se volvió etiqueta.

Pero hay algo que no puede ser borrado: **la memoria.** Por eso este documento no es una queja, sino una siembra. Una siembra de verdad, de historia, de reconocimiento. Porque todo símbolo que nace del arte merece ser defendido del olvido y del plagio. Porque no basta con decir “pueblo mágico”: hay que preguntarse **de dónde viene la magia, quién la sembró, y qué ética la sostiene**.

En este tiempo, donde cada rincón del mundo puede ser vendido como “auténtico” mientras se repite un guion aprendido, urge reclamar una **ética del relato turístico**. Una ética que reconozca la creación simbólica como acto sagrado, no como bien explotable. Una ética que defienda el arte con alma frente al espectáculo sin espíritu. Una ética que diga con firmeza: **la magia no se copia. Se cultiva.**

Baños aún puede recuperar su dignidad simbólica, si elige honrar a quienes trajeron esa magia desde el silencio y el barro. No con premios ni medallas, sino con la verdad. Porque **reconocer el origen también es una forma de sanar el territorio**.

Referencias

Bachelard, G. (1994). *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica. https://www.fcede.es/La-poetica-del-espacio

Girolami, F. (2025). *El duende domesticado: Apropiación simbólica y vaciamiento cultural en el turismo de Baños de Agua Santa*. Zenodo. https://doi.org/10.5281/zenodo.15867452

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2025). *Sitio institucional*. https://www.turismo.gob.ec

Palacio, P. (1971). *Leyendas del Ecuador*. Quito: Casa de la Cultura Ecuatoriana.

Secretaría de Turismo de México. (2021). *¿Qué es un Pueblo Mágico?*. Gobierno de México. https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos